

通信販売の利用に関するアンケート 調査結果レポート

2006年11月

株式会社ジーコム 生活行動研究所

Marketing & Development
G:COM

1. 調査方法

弊社アンケートモニター「コムネット」に対するインターネット調査

2. 調査対象

福岡県在住の20歳以上の女性

3. 調査時期

平成18年9月26日～10月2日

【標本構成】

年代

| | 件数 | 構成比 |
|-------|-----|--------|
| 20代 | 59 | 20.1% |
| 30代 | 125 | 42.5% |
| 40代 | 84 | 28.6% |
| 50代以上 | 26 | 8.8% |
| 合計 | 294 | 100.0% |

職業

| | 件数 | 構成比 |
|-----------|-----|--------|
| 会社員 | 63 | 21.4% |
| 公務員・団体職員 | 9 | 3.1% |
| 会社役員 | 1 | 0.3% |
| 自由業・自営業 | 13 | 4.4% |
| パート・アルバイト | 68 | 23.1% |
| 専業主婦 | 126 | 42.9% |
| 学生 | 6 | 2.0% |
| 無職 | 3 | 1.0% |
| その他 | 5 | 1.7% |
| 合計 | 294 | 100.0% |

居住地

| | 件数 | 構成比 |
|-------|-----|--------|
| 福岡都市圏 | 232 | 78.9% |
| それ以外 | 62 | 21.1% |
| 合計 | 294 | 100.0% |

未既婚

| | 件数 | 構成比 |
|----|-----|--------|
| 未婚 | 74 | 25.2% |
| 既婚 | 220 | 74.8% |
| 合計 | 294 | 100.0% |

【報告書の見方】

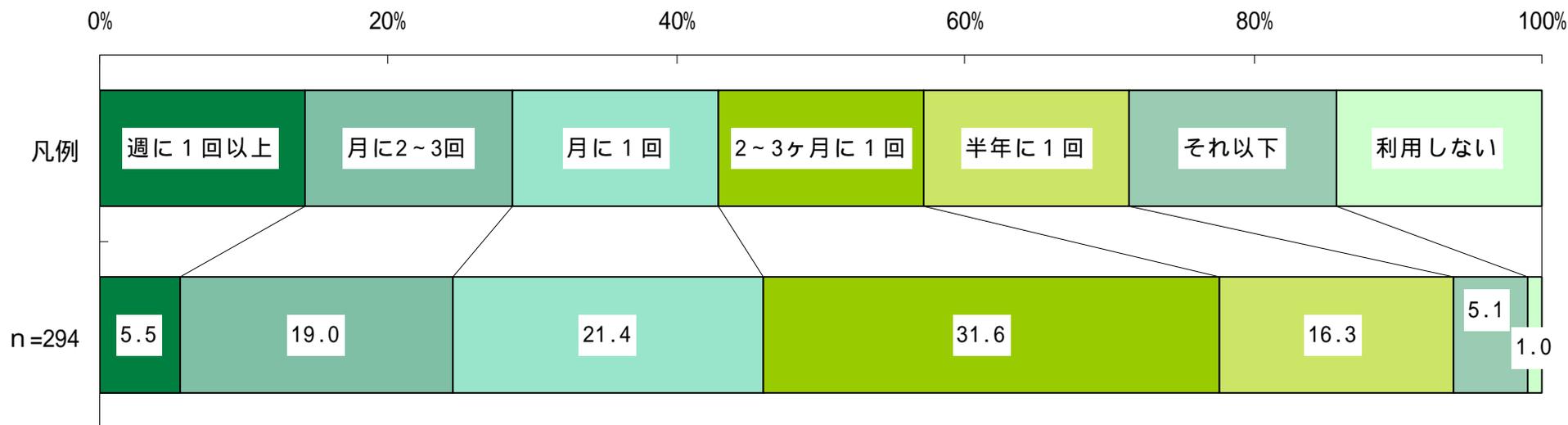
本文及び図中に示した調査結果の数値は百分比(%)で示してある。これらの数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合がある。複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。報告書中の図表では、コンピューター入力の都合上、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

1. 利用頻度

通信販売の利用頻度は、「2～3ヶ月に1回」が31.6%と最も多く、次いで「月に1回」21.4%、「月に2～3回」19.0%の順になっている。

月に1回以上利用する人を合計すると45.9%となり、全体の半数近くに達していることがわかる。

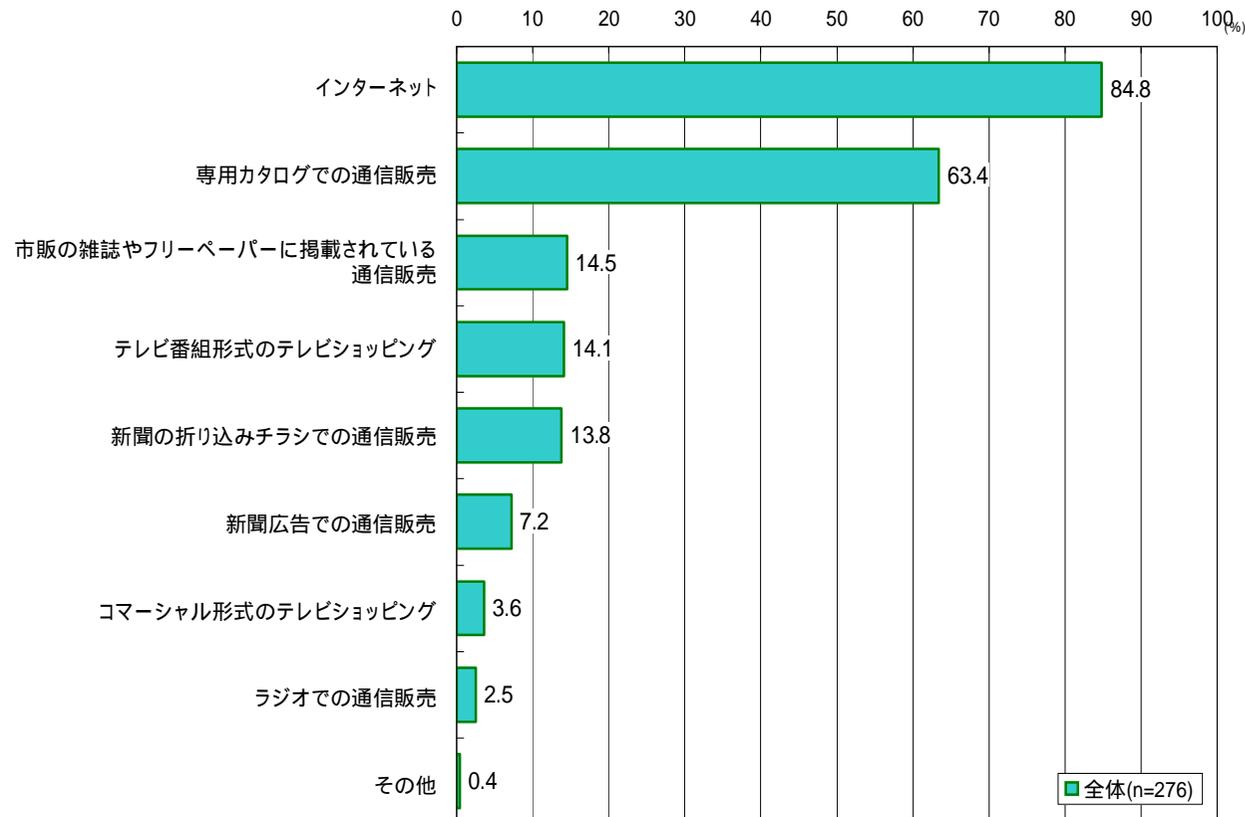
通信販売の利用頻度【単一回答】



2. 利用方法

通信販売の利用方法は、「インターネット」が84.8%、「専用カタログでの通信販売」63.4%の順になっており、次の「市販の雑誌やフリーペーパーに掲載されている通信販売」14.5%とは大きな開きがある。

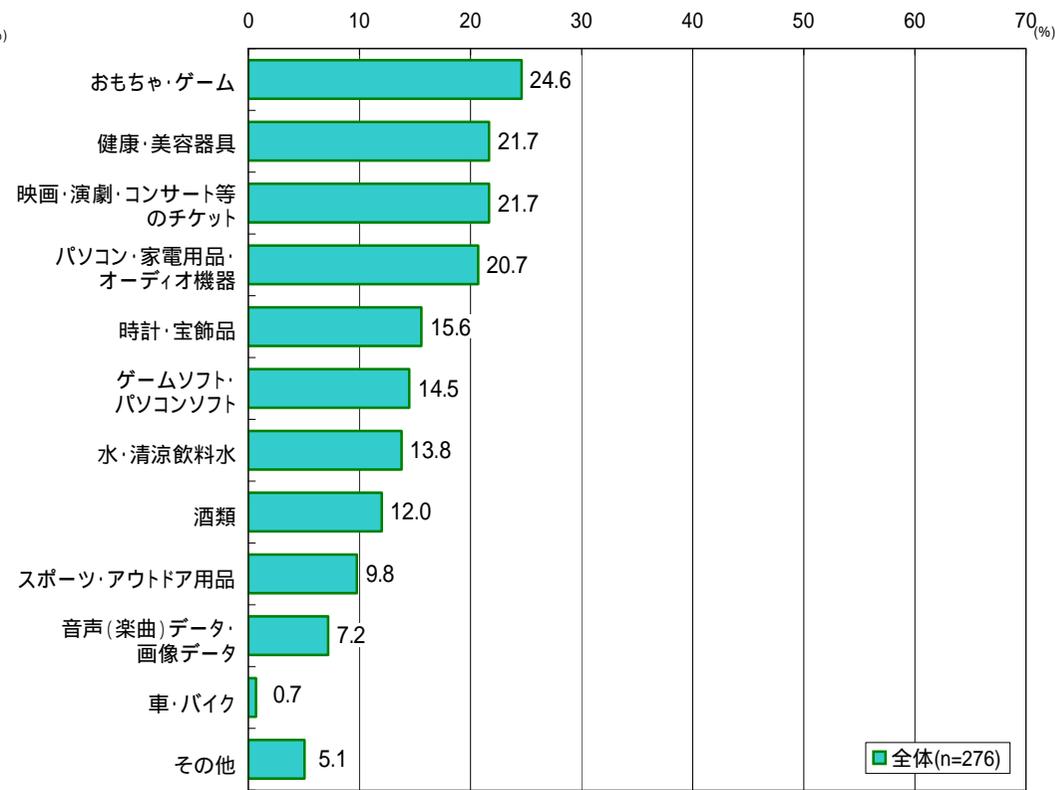
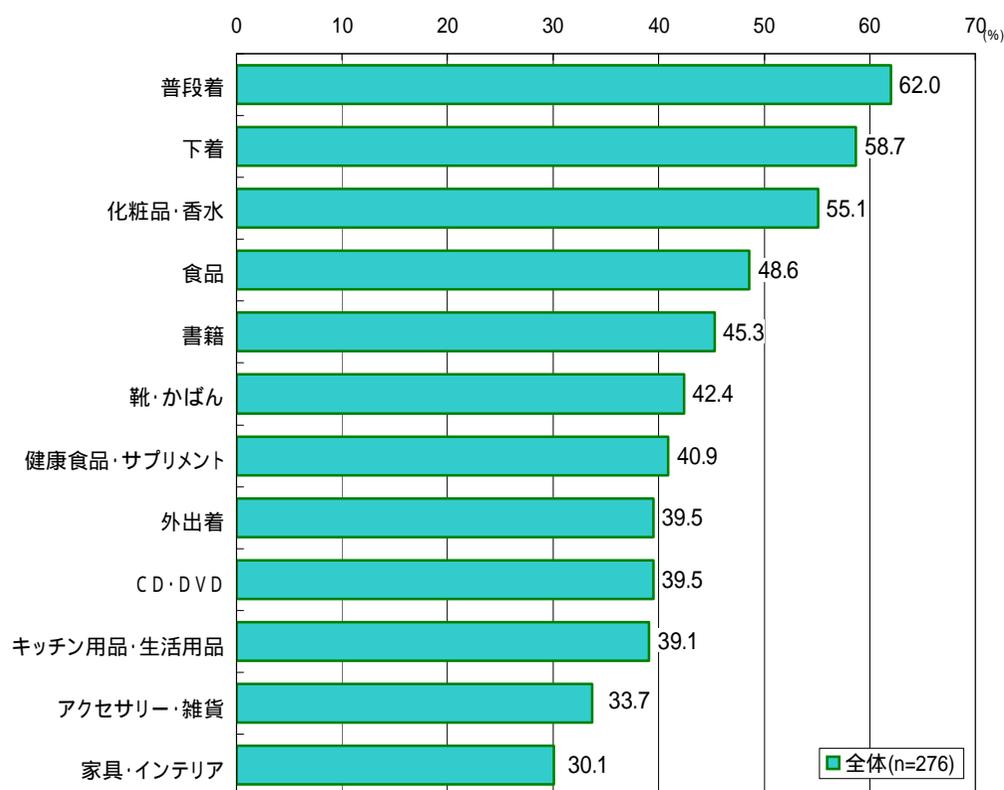
通信販売の利用方法【複数回答】



3. 購入したことのある商品

通信販売で購入したことのある商品は、1位が「普段着」で62.0%、2位以下は「下着」58.7%、「化粧品・香水」55.1%、「食品」48.6%、「書籍」45.3%の順になっている。

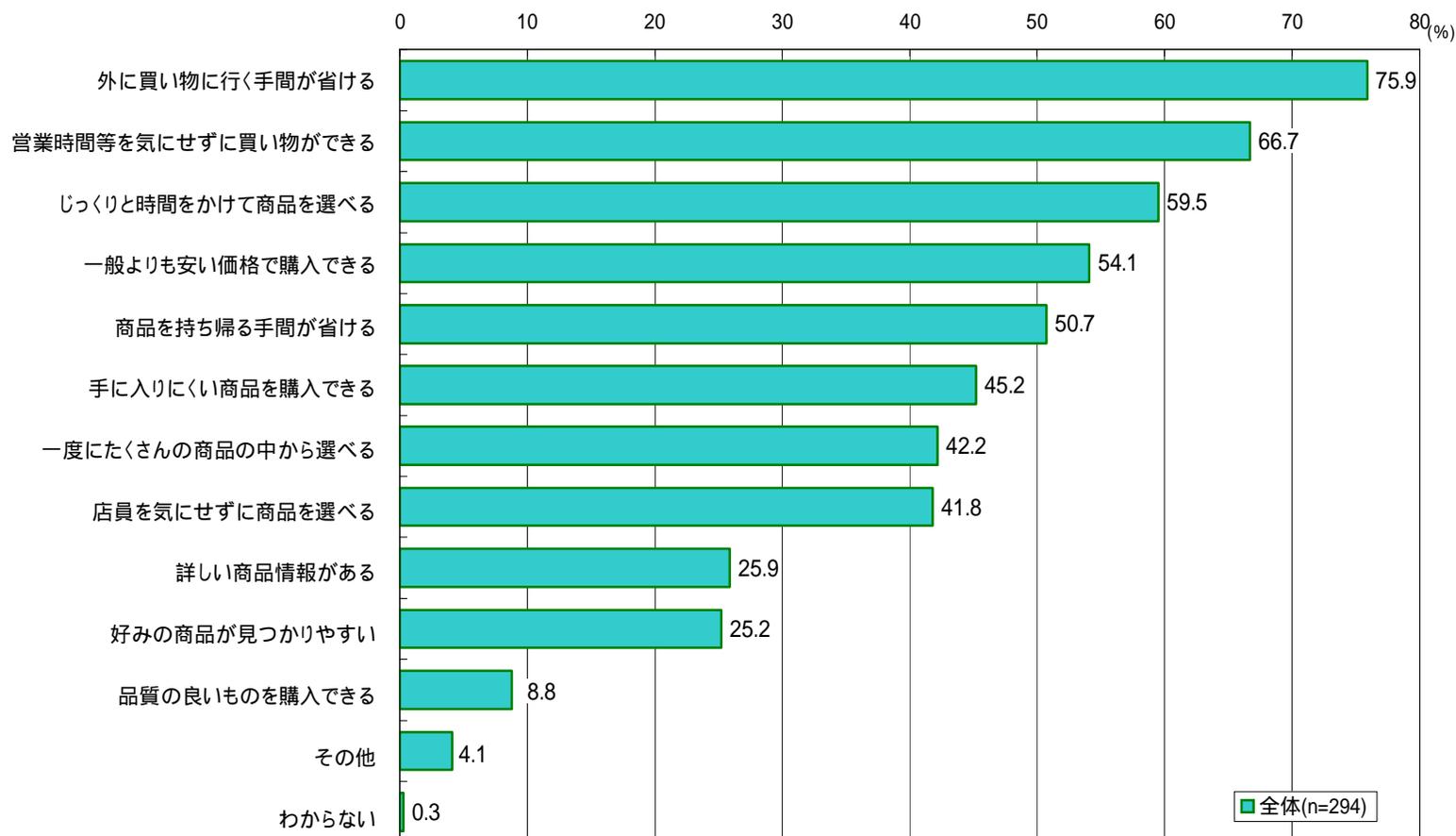
通信販売で購入したことのある商品【複数回答】



4. 通信販売のメリット

通信販売のメリットは、「買い物に行く手間が省ける」が75.9%で最も多く、次いで「営業時間を気にせずに買い物ができる」66.7%、「じっくりと時間をかけて商品を選べる」59.5%の順になっている。

通信販売のメリット【複数回答】



5. 通信販売のデメリット

通信販売のデメリットは、「商品を実際に見たり触ったりすることができない」が85.4%と最も多く、次いで「送料や手数料がかかる」75.5%、「想像していた商品と実際に届く商品にギャップがある」72.8%の順になっている。

通信販売のデメリット【複数回答】

